

**PENGARUH *KNOWLEDGE CREATION* TERHADAP DAYA SAING
UMKM YANG TERGABUNG DI INKUBATOR BISNIS SIGERHUB
BANDAR LAMPUNG MELALUI INOVASI SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI

Oleh

Abid Hanan Rianda

2151011006



**S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

PENGARUH *KNOWLEDGE CREATION* TERHADAP DAYA SAING UMKM YANG TERGABUNG DI INKUBATOR BISNIS SIGERHUB BANDAR LAMPUNG MELALUI INOVASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Oleh

Abid Hanan Rianda

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Knowledge Creation* terhadap Daya Saing UMKM yang tergabung di Inkubator Bisnis SigerHub Bandar Lampung serta menguji peran mediasi inovasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif, dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner kepada 130 pemilik/pengelola UMKM binaan SigerHub. Uji validitas dilakukan menggunakan factor loading ($>0,7$) dan AVE ($>0,5$), sedangkan reliabilitas diukur melalui Cronbach's Alpha ($>0,7$). Analisis data menggunakan SmartPLS SEM (*Structural Equation Modeling*) dan pengujian hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Knowledge Creation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM, serta Inovasi memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara *Knowledge Creation* dan Daya Saing. Temuan ini menegaskan bahwa penciptaan pengetahuan melalui sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi, dan internalisasi mampu mempercepat inovasi produk/proses sehingga meningkatkan profitabilitas dan produktivitas UMKM. Secara praktis, UMKM disarankan memperkuat proses *Knowledge Creation* melalui pelatihan, SOP berbasis pengetahuan, serta kolaborasi. SigerHub perlu meningkatkan program pembinaan inovasi, sementara pemerintah diharapkan memperluas dukungan teknologi dan pendanaan.

Kata Kunci: *Knowledge Creation*, Inovasi, Daya Saing UMKM, Inkubator Bisnis SigerHub, *Resource Based View Theory*, Industri UMKM.

ABSTRACT**THE EFFECT OF KNOWLEDGE CREATION ON THE
COMPETITIVENESS OF MSMEs IN THE SIGERHUB BUSINESS
INCUBATOR BANDAR LAMPUNG THROUGH INNOVATION AS A
MEDIATING VARIABLE****By****Abid Hanan Rianda**

This study aims to analyze the effect of Knowledge Creation on the competitiveness of MSMEs participating in the SigerHub Business Incubator in Bandar Lampung and to examine the mediating role of innovation. The research employs an associative quantitative approach, with primary data collected through questionnaires administered to 130 MSME owners/managers under SigerHub's incubation. Validity was tested using factor loading (>0.7) and AVE (>0.5), while reliability was measured using Cronbach's Alpha (>0.7). Data were analyzed using SmartPLS SEM (Structural Equation Modeling), and hypothesis testing was conducted through bootstrapping. The results show that Knowledge Creation has a positive and significant effect on MSME competitiveness, and Innovation positively and significantly mediates the relationship between Knowledge Creation and Competitiveness. These findings indicate that knowledge creation through socialization, externalization, combination, and internalization can accelerate product/process innovation, thereby enhancing MSME profitability and productivity. Practically, MSMEs are encouraged to strengthen knowledge creation processes through training, knowledge-based SOPs, and collaboration. SigerHub is advised to enhance innovation development programs, while the government is expected to expand technological and financial support.

Keywords: Knowledge Creation, Innovation, MSME Competitiveness, SigerHub Business Incubator, Resource Based View Theory, MSME Industry.

**PENGARUH *KNOWLEDGE CREATION* TERHADAP DAYA SAING
UMKM YANG TERGABUNG DI INKUBATOR BISNIS SIGERHUB
BANDAR LAMPUNG MELALUI INOVASI SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

Oleh:

Abid Hanan Rianda

2151011006

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar

SARJANA MANAJEMEN

Pada

Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



**S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
2026**

Judul Skripsi

**: PENGARUH *KNOWLEDGE CREATION*
TERHADAP DAYA SAING UMKM YANG
TERGABUNG DI INKUBATOR BISNIS
SIGERHUB BANDAR LAMPUNG MELALUI
INOVASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Nama Mahasiswa

: *Abid Hanan Rianda*

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2151011006

Program Studi

: Manajemen

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Ayi Ahadiat, S.E., MBA
NIP. 19650307 1999103 1 001

2. Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Ribhan, S.E., M.Si
NIP. 19680708 200212 1 003

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

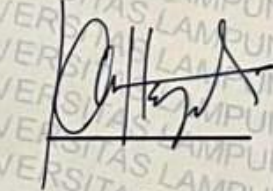
Ketua : Prof. Dr. Ayi Ahadiat, S.E., MBA



Penguji Utama : Dr. RR Erlina, S.E., M.Si.



Sekretaris Penguji : Dr. Keumala Hayati, S.E., M.Si.



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP 19660621199003 1 003**

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 12 Februari 2026

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Abid Hanan Rianda
NPM: 2151011006
Program Studi: Manajemen
Fakultas: Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Knowledge Creation* Terhadap Daya Saing UMKM yang Tergabung di Inkubator Bisnis SigerHub Bandar Lampung Melalui Inovasi Sebagai Variabel Mediasi” adalah benar benar hasil penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau hasil karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam daftar pustaka. Apabila lain waktu terbukti adanya penyimpangan-penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian pernyataan ini peneliti buat dengan sebenarnya, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Bandar Lampung, 1 Desember 2025

Yang Membuat Pernyataan



Abid Hanan Rianda

NPM 2151011006

RIWAYAT HIDUP

Penulis memiliki nama lengkap Abid Hanan Rianda. Penulis dilahirkan pada 8 Desember 2002 di Terbanggi Agung. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Danis Ishar dan Ibu Apriyanti.

Penulis memulai pendidikan di Taman Kanak-kanak Al Kautsar Bandar Lampung. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan dasar di SD Al Kautsar Bandar Lampung hingga menyelesaikan pendidikannya pada tahun 2015. Kemudian, penulis melanjutkan pendidikan pertama di SMP Al Kautsar Bandar Lampung selama 3 tahun dan lulus pada tahun 2018. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan di SMA Al Kautsar Bandar Lampung hingga akhirnya lulus pada tahun 2021, Tahun 2021 penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Lampung. Melalui jalur SMMPTN Barat pada tahun 2021, penulis berhasil lolos dengan mengambil Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif di bangku perkuliahan dengan mengambil konsentrasi manajemen kewirausahaan. Penulis aktif dalam beberapa pengabdian masyarakat seperti melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang berlokasi di Desa Negeri Batin, Blambangan Umpu, Way Kanan.

Dalam hal organisasi, penulis aktif menjadi anggota dalam organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) periode 2021-2022 dan menjadi Kepala Dinas 4 Bidang Hubungan Masyarakat, Sosial, dan Politik dalam Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis periode 2023. Penulis juga mencoba memiliki pengalaman profesional dengan menjalani program magang mandiri di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Lampung Selama 3 bulan pada tahun 2025.

MOTTO

Fa'inna ma'al-'usri yusra, Inna ma'al-'usri yusra.

Maka, sesungguhnya beserta kesulitan dan kemudahan. Sesungguhnya

Beserta kesulitan ada kemudahan (Q.S Al-Insyirah: 5-6)

It does not matter how slowly you go as long as you do not stop.

(Confucius)

The future depends on what you do today

(Mahatma Gandhi)

I finish what i start, not because it is easy, but because it shapes who i become.

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Bismillah, Alhamdulillah, Puji syukur kehadirat Allah SWT dan sholawat teriring salam kepada Nabi Muhammad SAW atas limpahan rahmat, kesehatan, dan kemudahan-Nya, yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik baiknya.

Skripsi ini penulis persembahkan sebagai wujud cinta, penghargaan dan rasa terima kasih untuk:

Kedua Orangtuaku tercinta, Dani Ishar dan Apriyanti

Figur paling berharga yang selalu menjadi sumber kekuatan dan semangat dalam hidup penulis. Terima kasih atas doa yang tak pernah terputus , dukungan tanpa syarat, kerja keras, dan kesabaran yang tak ternilai. Setiap capaian dalam hidup ini tidak terlepas dari pengorbanan kalian. Walau penulis mungkin jarang mengungkapkan secara langsung, rasa syukur dalam hati selalu tertuju kepada kalian berdua

Untuk Keluargaku, yang senantiasa memberikan semangat, kepercayaan, dan dukungan pada setiap proses yang dilalui. Keberhasilan ini adalah bagian dari kebersamaan kita.

Untuk almamater tercinta, **Universitas Lampung**, serta seluruh dosen FEB Unila yang telah membagikan pengetahuan, pengalaman, dan bimbingan selama masa perkuliahan.

Semoga skripsi ini menjadi langkah awal menuju manfaat yang lebih luas dan membawa kebaikan bagi banyak pihak.

SANWACANA

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya-Nya sehingga penulis dapat dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Knowledge Creation* terhadap Daya Saing UMKM yang Tergabung di Inkubator Bisnis SigerHub Bandar Lampung Melalui Inovasi Sebagai Variabel Mediasi” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini telah mendapatkan bimbingan, bantuan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Nairobi, S.E. M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung atas perhatian dan bantuannya;
2. Dr. Ribhan, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung atas perhatian dan bantuannya;
3. Dr. Zainnur M.Rusdi, S.E., M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung atas perhatian dan Bantuannya;
4. Prof. Dr. Ayi Ahadiat, S.E., M.B.A, selaku Dosen Pembimbing atas waktu, pengetahuan, bimbingan, serta saran dan kritik dalam proses penyusunan skripsi;
5. Dr. Erlina, S.E, M.Si., selaku Dosen Penguji atas waktu, saran dan masukan selama proses penyusunan skripsi;
6. Dr. Keumala Hayati, S.E., M.Si., selaku Dosen Penguji atas waktu, saran dan masukan selama proses penyusunan skripsi;
7. Dr. Nova Mardiana, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis yang telah bersedia membimbing selama masa perkuliahan;

8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung atas ilmu serta pengetahuan yang telah diberikan selama proses perkuliahan;
9. Seluruh Staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung atas bantuan dan kemudahan yang telah diberikan pada skripsi ini;
10. Untuk yang paling berharga yaitu Papa dan Mama, Dani Ishar dan Apriyanti. Terimakasih atas kasih sayang, motivasi, dukungan dan doa yang tiada henti untuk kebaikan dan kesuksesan anak-anaknya serta segala jerih payah keringat yang tcurahkan demi menghantarkan penulis sampai ke titik ini. Semoga kelak, pencapaian ini bisa menjadi secuil balas untuk segala yang telah kalian beri, tanpa pernah diminta kembali.
11. Untuk adik tercinta, Asyifa Fahira Rianda dan Dayana Batrisya Rianda. Terima kasih telah menjadi teman tumbuh dan belajar, tempat berbagi cerita, tawa, dan semangat di setiap langkah perjalanan ini.
12. Untuk Sahabat-sahabatku di Sinar Jati. Terimakasih telah menjadi penyemangat penulis selama masa perkuliahan.
13. Untuk Sahabat-sahabat SBMPTNku (Aci, Abdul, Adli, Roro, Dea). Terimakasih telah menjadi penyemangat penulis selama masa perkuliahan.
14. Untuk Sahabat-sahabatku Cerita Kuliah. Terimakasih telah menjadi penyemangat penulis selama masa perkuliahan.
15. Untuk Sahabat-sahabatku 21 Brothers. Terimakasih telah menjadi penyemangat penulis selama masa perkuliahan.
16. Seluruh teman-teman Manajemen 21 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuannya selama ini.
17. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan kontribusi dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
18. Teruntuk diri sendiri terima kasih sudah menjalankan semua tanggung jawab dengan sebaik mungkin, meski banyak hal yang tidak berjalan sesuai rencana.
19. Terimakasih untuk Almamater tercinta, Universitas Lampung.

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Knowledge Creation.....	13
2.1.2 Daya Saing	16
2.1.3 Inovasi	17
2.1.4 Bisnis.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Hipotesis Penelitian.....	22
2.4 Kerangka Pemikiran.....	22

BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Sumber Data.....	23
3.2.1 Data Primer	24
3.3.2 Data Sekunder	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data	26
3.4 Populasi dan Sampel	26
3.4.1 Populasi	26
3.4.2 Sampel.....	27
3.5 Variabel Penelitian	28
3.5.1 Variabel Bebas (Independen)	28
3.5.2 Variabel Dependen	28
3.5.3 Variabel Mediasi	29
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.7 Teknik Pengujian Instrumen	29
3.7.1 Uji Validitas	29
3.7.2 Uji Realibilitas.....	30
3.8 Teknik Analisis Data.....	30
3.9 Pengujian Hipotesis.....	31
3.10 Pengaruh Mediasi.....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Karakteristik Responden	32
4.1.1 Jenis Usaha.....	32
4.1.2 Lama Bergabung di Inkubator SigerHub	33
4.1.3 Omzet	33
4.1.4 Jumlah Karyawan.....	33
4.2 Analisis Deskriptif	34
4.2.1 Respon Terhadap <i>Knowledge Creation</i>	34
4.2.2 Respon Terhadap Daya Saing	36
4.2.3 Respon Terhadap Inovasi.....	37
4.3 Evaluasi Model	38

4.3.1 <i>Outer Model</i>	38
4.3.2 <i>Convergent Validity</i>	39
4.3.3 <i>Discriminant Validity</i>	40
4.3.4 Uji Reliabilitas	41
4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	42
4.5 Pembahasan.....	44
4.5.1 Pengaruh <i>Knowledge Creation</i> Terhadap Daya Saing pada UMKM yang tergabung di Inkubator Bisnis SigerHub Bandar Lampung	44
4.5.2 Peran Inovasi Sebagai Mediasi Pengaruh <i>Knowledge Creation</i> Terhadap Daya Saing pada UMKM yang tergabung di Inkubator Bisnis SigerHub Bandar Lampung.....	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Skala Likert	26
Tabel 3. 2 Definsi Operasional Variabel.....	29
Tabel 4. 1 Daftar Jenis Usaha Responden.....	33
Tabel 4. 2 Daftar Lama Bergabung di Inkubator SigerHub Responden	33
Tabel 4. 3 Daftar Omzet Responden	33
Tabel 4. 4 Daftar Jumlah Karyawan Responden.....	34
Tabel 4. 5 Daftar Respon Terhadap <i>Knowledge Creation</i>	34
Tabel 4. 6 Daftar Respon Terhadap Daya Saing.....	36
Tabel 4. 7 Daftar Respon Terhadap Inovasi.....	37
Tabel 4. 8 <i>Convergent Validity</i>	40
Tabel 4. 9 Convergent Validity	41
Tabel 4. 10 Uji Realibilitas	41
Tabel 4. 11 Path Analysis	43

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4. 1 Outer Loading	39
Gambar 4. 2 Hasil Pengujian Bootstrapping.....	42

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian nasional serta percepatan pembangunan ekonomi daerah (Salsabila & Lubis, 2025). Berdasarkan siaran pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2025), UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia karena berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap hampir 97% tenaga kerja nasional. Selain itu, UMKM juga memiliki daya tahan yang relatif tinggi dalam menghadapi guncangan ekonomi. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa pasca krisis ekonomi tahun 1998, jumlah UMKM di Indonesia tidak mengalami penurunan, bahkan terus menunjukkan peningkatan hingga saat ini.

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia mencatat bahwa hingga tahun 2025 jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia mencapai 65,5 juta unit usaha, yang merepresentasikan 99% struktur pelaku usaha nasional. Sebaliknya, jumlah usaha besar di Indonesia hanya sekitar 91.000 unit usaha, sehingga proporsinya sangat kecil dibandingkan dengan UMKM. Dari sisi penyerapan tenaga kerja, UMKM memiliki peran yang sangat dominan dengan menyerap 119 juta tenaga kerja, atau setara dengan sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional. Sementara itu, usaha besar hanya mampu menyerap 3% tenaga kerja nasional. Data tersebut menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya mendominasi jumlah unit usaha di Indonesia, tetapi juga berperan strategis sebagai tulang punggung perekonomian nasional, khususnya dalam penciptaan lapangan kerja dan penguatan struktur ekonomi domestik.

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Peran strategis UMKM antara lain sebagai pemain utama dalam berbagai sektor ekonomi, penyedia lapangan kerja terbesar, penggerak ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta kontributor dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor masyarakat dan pengurangan tingkat kemiskinan (Tedjasuksmana, 2014).

Dalam konteks regional, Provinsi Lampung memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM, mengingat keberagaman sumber daya alam dan produk unggulan yang dapat dikembangkan. UMKM di Lampung tersebar di berbagai sektor, seperti pertanian, perikanan, industri kreatif, dan perdagangan. Pemerintah daerah telah melakukan berbagai upaya untuk mendukung pengembangan UMKM melalui program pelatihan, pendanaan, serta fasilitasi pemasaran digital (Setyawati et al., 2016). Namun demikian, meskipun jumlah UMKM terus mengalami pertumbuhan, UMKM di Provinsi Lampung masih menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan daya saing, baik di tingkat lokal maupun nasional (Tambunan, 2021).

Kota Bandar Lampung sebagai ibu kota Provinsi Lampung memiliki peran penting dalam pengembangan UMKM. Jumlah pelaku UMKM di kota ini menunjukkan kecenderungan peningkatan dari waktu ke waktu, yang mencerminkan berkembangnya aktivitas kewirausahaan, antara lain akibat terbatasnya kesempatan kerja formal dibandingkan dengan jumlah pencari kerja. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung (2023), tercatat lebih dari 150.000 UMKM yang aktif dan tersebar di berbagai sektor usaha, seperti perdagangan, kuliner, kerajinan tangan, dan jasa. Meskipun demikian, peningkatan jumlah UMKM tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan daya saing, sehingga diperlukan upaya strategis untuk memperkuat kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan usaha.

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Kota Bandar Lampung, baik sebagai penggerak aktivitas ekonomi daerah maupun sebagai penyerap tenaga kerja utama. Data Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung menunjukkan bahwa sektor usaha berskala kecil dan menengah memberikan kontribusi signifikan terhadap pembentukan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) daerah serta mendominasi struktur unit usaha yang beroperasi di kota tersebut. Selain itu, posisi geografis Kota Bandar Lampung yang strategis sebagai gerbang Pulau Sumatra menjadikan UMKM memiliki potensi untuk memperluas jangkauan pasar, baik pada tingkat domestik maupun internasional (BPS Lampung, 2023).

Tabel 1. 1 Data UMKM Provinsi Lampung 2021

Wilayah	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
Provinsi Lampung	147.926	2.917	156
Kota Bandar Lampung	116.615	1.875	43

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung, 2023

Dalam era ekonomi berbasis pengetahuan saat ini, keunggulan kompetitif suatu organisasi, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), tidak lagi hanya bergantung pada sumber daya fisik dan finansial, melainkan juga pada kemampuan untuk menciptakan, mengelola, dan mengaplikasikan pengetahuan. Hal inilah yang menjadi dasar pentingnya *knowledge creation* atau penciptaan pengetahuan sebagai salah satu fondasi utama dalam meningkatkan daya saing UMKM, khususnya bagi pelaku usaha yang tergabung dalam ekosistem inkubator bisnis seperti Siger Hub di Bandar Lampung.

Knowledge creation merupakan konsep yang diperkenalkan oleh Nonaka dan Takeuchi (1995), yang menekankan bahwa organisasi harus mampu secara aktif menciptakan pengetahuan baru melalui proses sosialisasi (*socialization*), eksternalisasi (*externalization*), kombinasi (*combination*), dan internalisasi (*internalization*) yang dikenal sebagai model SECI. Model ini menjelaskan bagaimana pengetahuan tacit dan explicit saling berinteraksi dan dikonversi sehingga menghasilkan pengetahuan baru dalam organisasi. Dalam konteks UMKM, kemampuan untuk menciptakan pengetahuan baru baik melalui

pengalaman, kolaborasi antar pelaku usaha, pelatihan, maupun pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi sumber inovasi yang mendorong peningkatan produk, efisiensi proses bisnis, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar yang dinamis dan kompetitif (Nonaka & Takeuchi, 1995).

Knowledge creation dalam penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk mengidentifikasi faktor internal yang dapat mendorong penguatan daya saing UMKM. Dalam perspektif manajemen pengetahuan, kemampuan organisasi dalam menciptakan, mengelola, dan memanfaatkan pengetahuan baru merupakan sumber penting keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Nonaka & Takeuchi, 1995; Grant, 1996). Bagi UMKM, proses penciptaan pengetahuan dapat berasal dari pengalaman bisnis, interaksi dengan pelanggan, kolaborasi dengan pelaku usaha lain, serta pembelajaran dari berbagai program pelatihan dan pendampingan (Darroch, 2005). Dengan demikian, *knowledge creation* menjadi fondasi penting bagi UMKM untuk meningkatkan kemampuan inovasi serta memperkuat posisi mereka dalam persaingan bisnis yang semakin dinamis.

Dalam konteks penelitian ini, UMKM yang tergabung dalam SigerHub Bandar Lampung berada dalam sebuah ekosistem inkubasi bisnis yang dirancang untuk mendorong pembelajaran kolektif, berbagi pengalaman usaha, serta kolaborasi antar pelaku UMKM. Inkubator bisnis berperan sebagai fasilitator yang menyediakan pelatihan, mentoring, serta jaringan bisnis yang memungkinkan terjadinya pertukaran pengetahuan antar pelaku usaha (Bergek & Norrman, 2008). Melalui interaksi tersebut, pelaku UMKM tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga mampu mengembangkan ide dan solusi bisnis secara bersama-sama. Oleh karena itu, keberadaan SigerHub menjadi konteks yang relevan untuk mengamati bagaimana proses *knowledge creation* terjadi dalam komunitas UMKM dan bagaimana proses tersebut dapat mendorong peningkatan inovasi serta daya saing usaha.

Urgensi penelitian ini juga didorong oleh kenyataan bahwa banyak UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam hal inovasi, akses informasi, dan pengelolaan pengetahuan secara sistematis. Keterbatasan tersebut seringkali menyebabkan

UMKM sulit mengembangkan produk baru, meningkatkan efisiensi proses bisnis, maupun merespons perubahan pasar secara cepat (OECD, 2018). Oleh karena itu, memahami hubungan antara *knowledge creation*, inovasi, dan daya saing menjadi penting agar strategi pengembangan UMKM tidak hanya berfokus pada dukungan teknis atau permodalan, tetapi juga pada penguatan kapasitas intelektual serta pembelajaran organisasi yang berkelanjutan (Nonaka & Toyama, 2003).

Salah satu faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM adalah inovasi. Inovasi merupakan proses pengembangan ide baru yang dapat menghasilkan produk, proses, atau model bisnis yang lebih efektif dalam menciptakan nilai bagi pelanggan (Tidd & Bessant, 2014). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan inovasi pada UMKM, baik dalam bentuk inovasi produk maupun inovasi proses, mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat daya saing usaha di pasar (Purwaningsih & Chikmawati, 2022). Selain itu, inovasi berbasis digital juga semakin menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era globalisasi, terutama melalui pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran, manajemen operasional, dan pengembangan produk (OECD, 2021).

Dalam menghadapi persaingan global, UMKM di Bandar Lampung membutuhkan peningkatan dalam inovasi, *knowledge creation*, dan daya saing. *Knowledge creation* mengacu pada proses penciptaan, berbagi, dan penerapan pengetahuan baru dalam organisasi yang dapat meningkatkan kemampuan inovasi dan produktivitas (Nonaka & Toyama, 2003). Sementara itu, daya saing mengacu pada kemampuan suatu usaha dalam mempertahankan posisinya di pasar melalui kualitas produk yang unggul, efisiensi operasional, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis (Porter, 2016). Kedua faktor ini menjadi kunci penting dalam mendorong pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Meskipun demikian, banyak UMKM di Lampung masih menghadapi keterbatasan dalam mengembangkan inovasi dan *knowledge creation*. Keterbatasan tersebut antara lain berkaitan dengan rendahnya akses terhadap informasi pasar, terbatasnya kemampuan teknologi, serta kurangnya pengelolaan pengetahuan yang terstruktur

dalam kegiatan usaha (Haryanto & Dewi, 2015). Kondisi ini menyebabkan sebagian UMKM mengalami kesulitan dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan, sehingga berdampak pada rendahnya daya saing usaha di pasar yang semakin kompetitif.

Menurut Porter (2008), daya saing suatu organisasi ditentukan oleh kemampuan dalam menciptakan diferensiasi produk dan meningkatkan efisiensi operasional. Kedua aspek tersebut dapat diperkuat melalui proses *knowledge creation* yang memungkinkan pelaku usaha memperoleh wawasan baru, mengembangkan ide inovatif, serta meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar. Dalam konteks ini, keberadaan komunitas atau inkubator bisnis seperti SigerHub menjadi sangat penting karena dapat menjadi wadah bagi pelaku UMKM untuk saling berbagi pengalaman, memperoleh pelatihan, serta membangun jaringan bisnis yang lebih luas (Bergek & Norrman, 2008). Melalui berbagai program pelatihan, mentoring, dan kolaborasi yang difasilitasi oleh SigerHub, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan proses penciptaan pengetahuan yang kemudian mendorong munculnya inovasi dan pada akhirnya memperkuat daya saing usaha.

Namun demikian, laporan internal SigerHub tahun 2023 menunjukkan bahwa hanya sekitar 35% UMKM binaannya yang mampu memanfaatkan peluang pengembangan daya saing secara optimal. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun telah tersedia fasilitas pelatihan dan pendampingan, sebagian pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan inovasi dan memanfaatkan pengetahuan yang diperoleh. Kondisi tersebut sejalan dengan temuan *World Bank* (2020) yang menyatakan bahwa salah satu hambatan utama dalam pengembangan inovasi pada UMKM adalah keterbatasan akses terhadap sumber daya finansial, teknologi, serta kemampuan manajerial.

Dikelola sebagai ruang kolaborasi dan inkubasi, Siger Hub menaungi berbagai jenis UMKM dari berbagai sektor yang mencerminkan potensi lokal dan semangat kewirausahaan masyarakat Lampung. UMKM yang tergabung di Siger Hub memiliki

karakteristik yang beragam, baik dari sisi produk, model usaha, maupun latar belakang pelaku usahanya. Secara umum, jenis-jenis UMKM di Siger Hub dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori utama sebagai berikut:

1. UMKM Kuliner dan Makanan Olahan

Sektor kuliner menjadi salah satu dominasi di Siger Hub. UMKM di bidang ini menghasilkan berbagai produk makanan khas daerah, seperti raja nasi kulit, keripik pisang aneka rasa, sambal Lampung, kopi robusta, dan kue kering tradisional. Selain itu, muncul juga inovasi makanan kekinian, seperti minuman herbal kemasan, makanan beku siap saji, serta camilan sehat yang berbasis bahan baku lokal.

2. UMKM Kerajinan Tangan dan Souvenir

Sektor ini meliputi produk-produk yang memiliki nilai budaya tinggi, seperti aksesoris berbahan dasar kain tapis, tas rajut, kerajinan dari bambu atau rotan, dan souvenir khas Lampung. Produk kerajinan ini biasanya dipasarkan untuk wisatawan maupun kebutuhan event lokal.

3. UMKM Fashion dan Tekstil

UMKM di bidang fashion yang tergabung dalam Siger Hub fokus pada pengembangan produk pakaian berbasis kain tradisional Lampung, seperti tapis dan batik Lampung. Beberapa pelaku UMKM juga telah mengembangkan lini fashion modern dengan sentuhan budaya lokal, termasuk busana muslim, busana kasual, serta aksesoris pendukung.

4. UMKM Digital dan Kreatif

Tidak hanya produk fisik, Siger Hub juga menampung UMKM di bidang jasa kreatif seperti desain grafis, produksi konten digital, serta pengembangan platform digital lokal. Beberapa di antaranya bergerak di bidang digital marketing, jasa branding UMKM, dan pembuatan aplikasi usaha kecil.

5. UMKM Agribisnis dan Produk Pertanian

Jenis UMKM ini fokus pada pengolahan hasil pertanian dan produk agrikultur, seperti jahe instan, pupuk organik, olahan rempah-rempah, serta minyak atsiri. Produk-produk ini umumnya berbasis bahan baku lokal dari petani mitra dan dikembangkan dengan pendekatan nilai tambah.

6. UMKM Kecantikan dan Perawatan Tubuh

UMKM yang bergerak di sektor ini memproduksi kosmetik berbahan alami, seperti sabun herbal, masker wajah, minyak esensial, serta produk spa rumahan. Pasarnya tidak hanya lokal, tapi juga merambah ke e-commerce nasional.

7. UMKM Furniture dan Home Decor

Siger Hub juga menaungi UMKM yang fokus pada produk-produk dekorasi dan furniture rumah berbahan kayu lokal, rotan, dan bahan daur ulang. Produk yang dihasilkan antara lain rak, meja, lampu hias, dan dekorasi interior dengan desain etnik modern.

Keberagaman jenis UMKM di Siger Hub menunjukkan bagaimana kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah daerah, dan pihak pendukung (seperti inkubator dan komunitas bisnis) mampu menciptakan ekosistem kewirausahaan yang inklusif dan berkelanjutan. Ragam sektor yang terwakili mencerminkan potensi lokal Lampung yang dapat dikembangkan lebih jauh melalui digitalisasi dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia.

Inkubator bisnis menjadi salah satu solusi dalam mendukung inovasi UMKM. Inkubator Bisnis SigerHub, yang berlokasi di Bandar Lampung, berperan sebagai fasilitator dalam memberikan pelatihan, mentoring, dan akses jaringan bisnis bagi UMKM binaannya (Gnyawali & Fogel, 2014). SigerHub membantu UMKM dalam pengembangan ide kreatif dan implementasi strategi inovatif untuk meningkatkan daya saing. Berdasarkan laporan tahunan SigerHub (2023), program yang ditawarkan telah memberikan dampak positif terhadap UMKM dalam hal peningkatan kapasitas bisnis dan akses pasar. Hal ini diperkuat dengan penelitian oleh Bruneel et al. (2018), yang menyatakan bahwa inkubator bisnis memiliki peran penting dalam mempercepat inovasi dan pertumbuhan UMKM dengan menyediakan ekosistem bisnis yang kondusif.

Inkubator bisnis juga dianggap sebagai salah satu solusi dalam mendukung inovasi UMKM. SigerHub membantu UMKM dalam pengembangan ide kreatif dan implementasi strategi inovatif untuk meningkatkan daya saing. Berdasarkan laporan

tahunan SigerHub (2023), program yang ditawarkan telah memberikan dampak positif terhadap UMKM dalam hal peningkatan kapasitas bisnis dan akses pasar. Hal ini diperkuat dengan penelitian oleh Bruneel et al. (2018), yang menyatakan bahwa inkubator bisnis memiliki peran penting dalam mempercepat inovasi dan pertumbuhan UMKM dengan menyediakan ekosistem bisnis yang kondusif.

Inovasi telah diakui sebagai faktor utama dalam meningkatkan daya saing UMKM (Porter, 2008). Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, *knowledge creation* telah diakui sebagai salah satu faktor utama yang mendorong peningkatan daya saing UMKM. Penciptaan pengetahuan, yang mencakup proses menghasilkan ide dan wawasan baru, memungkinkan UMKM untuk berinovasi, mengembangkan produk dan layanan yang lebih baik, serta meningkatkan efisiensi operasional mereka.

Laporan tahunan SigerHub (2023) menunjukkan bahwa tidak semua UMKM binaannya mampu memanfaatkan *knowledge creation* secara maksimal, yang menunjukkan adanya faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan inovasi dalam meningkatkan daya saing. Menurut penelitian dari Radicic et al. (2020), dukungan dari pemerintah dan kolaborasi dengan institusi pendidikan juga merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan efektivitas inovasi dalam UMKM.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara spesifik pengaruh *knowledge creation* terhadap daya saing UMKM yang tergabung dalam Inkubator Bisnis SigerHub Bandar Lampung. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul skripsi “Pengaruh *Knowledge Creation* Terhadap Daya Saing Umkm Yang Tergabung Di Inkubator Bisnis Sigerhub Bandar Lampung” yang diharapkan mampu menjawab permasalahan berkaitan dengan transformasi digital dan mengidentifikasi bagaimana mereka berkontribusi pada keberhasilan bisnis secara keseluruhan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Knowledge Creation* berpengaruh terhadap daya saing UMKM yang tergabung di Inkubator Bisnis SigerHub Bandar Lampung?
2. Apakah Inovasi memediasi pengaruh antara *Knowledge Creation* dan Daya Saing UMKM yang tergabung di Inkubator Bisnis SigerHub Bandar Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Knowledge Creation* terhadap daya saing UMKM di Inkubator Bisnis SigerHub Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui peran mediasi variabel Inovasi terhadap daya saing UMKM di Inkubator Bisnis SigerHub Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam kajian inovasi, knowledge creation, dan daya saing UMKM. Dengan mengkaji pengaruh inovasi terhadap daya saing UMKM melalui knowledge creation sebagai variabel mediasi, penelitian ini memperkaya literatur akademik yang selama ini lebih banyak berfokus pada perusahaan besar dan startup teknologi. Melalui pendekatan ini, penelitian memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana inovasi tidak hanya berdampak langsung terhadap keunggulan bersaing, tetapi juga melalui mekanisme penciptaan pengetahuan yang melibatkan dimensi produk, proses, pemasaran, dan model bisnis.

Lebih lanjut, penelitian ini berkontribusi terhadap penguatan teori knowledge-based view (KBV) dalam konteks UMKM dan inkubasi bisnis. Temuan dari penelitian ini diharapkan mampu memperluas cakupan teoretis dalam menjelaskan bagaimana proses knowledge creation menjadi jembatan penting antara inovasi dan daya saing, khususnya pada entitas bisnis skala kecil menengah yang berada di bawah pembinaan inkubator bisnis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan berbagai manfaat praktis bagi beberapa

pihak yang berkepentingan dalam pengembangan UMKM, khususnya di bawah naungan Inkubator Bisnis SigerHub Bandar Lampung.

1. Bagi UMKM: Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi para pelaku UMKM mengenai pentingnya penerapan *knowledge creation* sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan memahami dimensi *knowledge creation* seperti sosialisasi, eksternalitas, kombinasi, dan internalisasi, UMKM dapat mengidentifikasi peluang untuk memperbaiki kinerja usaha mereka, baik dari sisi efisiensi operasional, kualitas produk, maupun kemampuan menghadapi kompetitor. Hasil penelitian ini juga diharapkan memotivasi UMKM untuk lebih berorientasi pada pengembangan usaha berbasis inovasi, sehingga mereka dapat bertahan dan berkembang, baik di pasar lokal maupun regional.
2. Bagi Inkubator Bisnis SigerHub: Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan strategis bagi pengelola Inkubator Bisnis SigerHub dalam merancang program pendampingan yang lebih efektif untuk UMKM. Dengan mengetahui peran *knowledge creation* terhadap daya saing UMKM, SigerHub dapat lebih fokus pada penyediaan pelatihan, sumber daya, dan jaringan bisnis yang relevan dengan kebutuhan UMKM. Selain itu, temuan dari penelitian ini dapat membantu inkubator bisnis mengukur keberhasilan program mereka dalam mendorong inovasi dan meningkatkan daya saing peserta inkubasi.
3. Bagi Pemerintah Daerah: Penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada pemerintah daerah mengenai pentingnya dukungan kebijakan untuk mendorong inovasi di sektor UMKM. Dengan memahami hubungan antara inovasi dan daya saing UMKM, pemerintah dapat merancang program-program yang lebih terarah, seperti memberikan insentif untuk inovasi, mempermudah akses terhadap teknologi, atau menyediakan pendanaan bagi UMKM yang ingin mengembangkan produk dan layanan baru. Temuan penelitian ini juga dapat menjadi dasar dalam merumuskan kebijakan strategis yang mendukung pengembangan ekosistem UMKM berbasis inovasi di tingkat lokal.
4. Bagi Dunia Pendidikan: Penelitian ini dapat menjadi sumber pembelajaran bagi mahasiswa, dosen, dan institusi pendidikan yang fokus pada kewirausahaan

dan pengembangan UMKM. Temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai studi kasus untuk memahami bagaimana inovasi dapat diterapkan di sektor UMKM dan bagaimana strategi tersebut berdampak pada daya saing. Dengan demikian, dunia pendidikan dapat lebih aktif dalam memberikan kontribusi nyata melalui pengabdian masyarakat atau kolaborasi dengan inkubator bisnis dan UMKM.

5. Bagi Masyarakat Umum dan Ekonomi Daerah: Penelitian ini secara tidak langsung bermanfaat bagi masyarakat umum dengan mendorong pertumbuhan UMKM yang lebih inovatif dan kompetitif. UMKM yang memiliki daya saing tinggi cenderung menciptakan lebih banyak lapangan kerja dan meningkatkan kualitas produk atau layanan, sehingga memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi daerah

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Knowledge Creation

Dalam era ekonomi berbasis pengetahuan, keunggulan kompetitif organisasi tidak lagi hanya ditentukan oleh kepemilikan sumber daya fisik, melainkan oleh kemampuan dalam menciptakan, mengelola, dan memanfaatkan pengetahuan secara efektif. Grant (1996) menegaskan bahwa pengetahuan merupakan sumber daya strategis utama yang bersifat sulit ditiru, sehingga menjadi dasar pembentukan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Bagi UMKM, kemampuan ini menjadi semakin penting mengingat keterbatasan modal dan sumber daya yang dimiliki dibandingkan perusahaan besar.

Taneo et al. (2019) menyatakan bahwa keberhasilan organisasi di abad ke-21 sangat ditentukan oleh sejauh mana individu dalam organisasi mampu meningkatkan kapasitas intelektualnya melalui proses *knowledge creation*. Proses penciptaan pengetahuan memungkinkan pelaku usaha untuk memahami perubahan lingkungan bisnis, mengidentifikasi peluang pasar, serta merespons kebutuhan konsumen secara inovatif. Dalam konteks UMKM, *knowledge creation* berperan sebagai mekanisme pembelajaran yang mendorong adaptasi dan keberlanjutan usaha.

Pemahaman manajerial terhadap penciptaan dan pertukaran pengetahuan menjadi krusial, karena kualitas pengambilan keputusan strategis sangat dipengaruhi oleh modal intelektual pengelola usaha. Ajzen (2020) menjelaskan bahwa perilaku dan keputusan individu, termasuk dalam konteks bisnis, sangat dipengaruhi oleh pengetahuan, sikap, dan kemampuan kognitif. Dengan demikian, kemampuan manajer atau pelaku UMKM dalam menciptakan dan memanfaatkan pengetahuan akan menentukan efektivitas strategi yang dijalankan.

Mitchell dan Boyle (2010) mendefinisikan *knowledge creation* sebagai proses organisasi dalam menghasilkan pengetahuan baru melalui pembelajaran berkelanjutan dan pemanfaatan pengetahuan yang telah ada. Mereka menekankan bahwa *knowledge creation* merupakan fondasi utama inovasi, karena melalui proses ini organisasi mampu menghasilkan ide, produk, maupun layanan baru. Inovasi tersebut menjadi sarana penting bagi UMKM untuk meningkatkan nilai tambah dan memperkuat daya saing di pasar yang kompetitif.

Nonaka, Toyama, dan Nagata (2003) memandang *knowledge creation* sebagai proses dinamis yang muncul dari interaksi antara individu, organisasi, dan lingkungan. Pengetahuan diciptakan melalui integrasi pengalaman individu dengan konteks sosial dan struktural organisasi. Proses ini memungkinkan terjadinya transformasi ide menjadi inovasi yang aplikatif, sehingga mendukung peningkatan kinerja dan daya saing organisasi.

Penelitian empiris oleh Sihombing, Ahadiat, dan Hayati (2022) secara khusus menunjukkan bahwa *knowledge creation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas UMKM. Intensitas interaksi sosial, pertukaran ide, serta pembelajaran berkelanjutan terbukti meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan inovasi. Inovasi tersebut kemudian berperan sebagai faktor strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM, baik dari sisi produk, proses, maupun pelayanan.

Pandangan ini diperkuat oleh Kogut dan Zander (1992) yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif organisasi terbentuk dari kemampuan mengombinasikan pengetahuan individu menjadi kapabilitas kolektif. Kapabilitas ini bersifat unik dan sulit ditiru oleh pesaing, sehingga menjadi sumber keunggulan bersaing jangka panjang. Dalam konteks UMKM, kemampuan mengombinasikan pengetahuan antar pelaku usaha, mentor, dan jaringan bisnis menjadi faktor penting dalam mendorong inovasi dan daya saing.

Menurut Taneo et al. (2019), *knowledge creation* terdiri dari empat indikator utama yang dikenal sebagai model SECI, yaitu:

1. Sosialisasi

Sosialisasi merupakan proses transfer pengetahuan tacit antarindividu melalui interaksi sosial secara langsung. Nonaka dan Takeuchi (1995) menjelaskan bahwa pengetahuan tacit ditransmisikan melalui pengalaman bersama seperti diskusi, observasi, dan praktik kerja. Bagi UMKM, proses sosialisasi memungkinkan pelaku usaha memperoleh wawasan baru dari pengalaman sesama pelaku usaha atau mentor, yang kemudian menjadi sumber ide inovatif.

2. Eksternalisasi

Eksternalisasi adalah proses mengubah pengetahuan tacit menjadi pengetahuan eksplisit dalam bentuk konsep, prosedur, atau dokumentasi. Nonaka, Toyama, dan Konno (2000) menegaskan bahwa tahap ini penting karena memungkinkan ide individu dikomunikasikan dan dimanfaatkan secara kolektif. Dalam UMKM, eksternalisasi membantu pelaku usaha merumuskan ide inovasi menjadi rencana bisnis atau standar operasional yang jelas.

3. Kombinasi

Kombinasi merupakan proses pengintegrasian berbagai sumber pengetahuan eksplisit untuk menciptakan pengetahuan baru. Alavi dan Leidner (2001) menjelaskan bahwa kombinasi dilakukan melalui pengelompokan, pengklasifikasian, dan penyusunan ulang informasi. Proses ini memungkinkan UMKM mengolah informasi pasar, teknologi, dan pelanggan menjadi strategi inovatif yang meningkatkan daya saing.

4. Internalisasi

Internalisasi adalah proses mengubah pengetahuan eksplisit menjadi pengetahuan tacit melalui pembelajaran dan pengalaman langsung. Nonaka et al. (2003) menekankan bahwa internalisasi terjadi ketika konsep dan prosedur diterapkan dalam praktik nyata. Bagi UMKM, proses ini meningkatkan keterampilan dan kompetensi pelaku usaha, sehingga inovasi dapat dijalankan secara konsisten dan berkelanjutan.

2.1.2 Daya Saing

Daya saing merupakan kemampuan yang ada pada perusahaan dalam menghadapi berbagai lingkungan yang ada (Porter, 2012). Penentu sebuah daya saing bergantung pada keunggulan bersaing dan juga sumber daya relatif yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau yang biasa disebut dengan keunggulan kompetitif. Selanjutnya, Porter (2012) menjelaskan pentingnya daya saing karena tiga hal berikut:

1. Memajukan produktivitas dan meningkatkan kemampuan perusahaan
2. Kapasitas ekonomi yang meningkat, baik dalam konteks regional ekonomi dan juga kuantitas pelaku ekonomi sehingga mendorong peningkatan pertumbuhan ekonomi
3. Percaya bahwa efisiensi dapat diciptakan melalui mekanisme pasar

Keunggulan daya saing dapat diperoleh suatu perusahaan apabila memiliki efisiensi yang baik dan juga berbeda dengan para kompetitor nya. Sebuah perusahaan dapat memenangkan keunggulan daya saing dengan melakukan perubahan yang semula terpusat menjadi terbagi atau saling koordinasi dari yang paling tinggi hingga ke paling rendah. Penyebab perusahaan mempunyai keunggulan daya saing adalah banyaknya jumlah permintaan produk, distribusi yang luas, periklanan skala ekonomi, jumlah produksi yang besar, teknologi yang mumpuni, dan sumber daya manusia yang baik serta awareness merek yang baik di pasar. Menurut (Hutahayan & Yufra, 2019) terdapat 2 indikator Daya saing, yaitu:

1. *Profitability*

Rasio profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran efektivitas manajemen perusahaan. Bagi para pemimpin perusahaan, profitabilitas digunakan sebagai ukuran keberhasilan atau kegagalan perusahaan yang mereka pimpin (Karim dkk., 2025).

2. Produktifitas

Produktivitas merupakan perbandingan antara output dengan input. Jika output yang dihasilkan besar dengan input yang tetap atau lebih kecil dari sebelumnya, maka produktivitas perusahaan mengalami peningkatan (Faritsy & Suseno, 2015).

2.1.3 Inovasi

Inovasi merupakan salah satu elemen penting dalam menjaga daya saing dan keberlangsungan suatu organisasi di tengah dinamika lingkungan bisnis yang terus berubah. Secara umum, inovasi dapat diartikan sebagai proses menciptakan ide, produk, layanan, atau metode baru yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan pelanggannya (Schilling, 2017). Dalam konteks manajemen, inovasi mencakup berbagai bentuk, mulai dari inovasi produk, proses, hingga model bisnis. Menurut OECD (2005), inovasi tidak hanya terbatas pada penemuan teknologi baru, tetapi juga mencakup penerapan ide-ide yang baru dan signifikan dalam praktik bisnis. Inovasi yang efektif mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pangsa pasar, serta menciptakan diferensiasi yang sulit ditiru oleh pesaing (Tidd & Bessant, 2018).

Penelitian oleh (Calantone dkk., 2002) menunjukkan bahwa inovasi berperan sebagai mediator penting dalam hubungan antara pembelajaran organisasi dan kinerja perusahaan. Perusahaan yang mampu berinovasi secara berkelanjutan cenderung lebih adaptif terhadap perubahan dan memiliki kinerja yang lebih baik dalam jangka panjang. Hal ini diperkuat oleh temuan dari (Hurley & Hult, 1998) yang menyatakan bahwa orientasi terhadap inovasi memiliki hubungan positif dengan kemampuan perusahaan dalam merespons kebutuhan pasar yang terus berubah. Selain itu, Damanpour dan Schneider (2006) menekankan bahwa dukungan dari manajemen puncak dan budaya organisasi yang terbuka terhadap perubahan merupakan faktor kunci dalam keberhasilan implementasi inovasi.

Dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM), inovasi menjadi penopang utama dalam menghadapi keterbatasan sumber daya dan meningkatnya persaingan pasar. Penelitian oleh (Madrid- Guijarro dkk., 2009) mengungkapkan bahwa inovasi produk dan proses sangat berpengaruh terhadap keberhasilan UKM dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang variabel inovasi serta faktor-faktor yang memengaruhinya sangat penting untuk dikaji lebih lanjut, terutama dalam upaya meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha.

Menurut Hutahayan et al. (2019) terdapat 3 indikator inovasi, yaitu:

1. Mewujudkan gagasan inovasi lebih cepat dari jadwal yang telah direncanakan
2. Meluncurkan produk baru ke pasar sesuai dengan rencana
3. Berinovasi lebih cepat dari sebelumnya

2.1.4 Bisnis

Menurut (Wijoyo & Ariyanto, 2021), bisnis adalah suatu organisasi yang memproduksi atau menjual barang dan jasa untuk mendapatkan laba. Mereka menekankan bahwa bisnis melibatkan serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menghasilkan, mendistribusikan, dan menjual produk demi mencapai keuntungan.

Menurut (Griffin dkk., 2022) Bisnis adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk menghasilkan, mendistribusikan, dan menjual barang atau jasa demi mendapatkan keuntungan.

Kedua definisi tersebut, menyimpulkan bahwa bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menghasilkan, mendistribusikan, dan menjual barang atau jasa dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Bisnis meliputi berbagai aktivitas komersial yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta menciptakan nilai ekonomi melalui transaksi di pasar. Bisnis meliputi pengadaan barang dan jasa yang dilakukan oleh pelaku nya dalam upaya mendapatkan keuntungan

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Author	Hasil
1	Taneo et al. (2019)	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa kecepatan inovasi berpengaruh positif terhadap daya saing UKM pangan. Semakin cepat inovasi direalisasikan dan produk masuk ke pasar, semakin besar peluang UKM meningkatkan daya saingnya. Hubungan ini dimediasi secara parsial oleh creative destruction dan <i>knowledge creation</i>. <i>Creative destruction</i> membantu meningkatkan daya saing melalui efisiensi biaya, peningkatan kualitas produk, dan penguatan keterampilan pekerja, sedangkan <i>knowledge creation</i> berkontribusi lebih besar dalam memperkuat daya saing UKM.</p> <p>Namun, UKM menghadapi berbagai hambatan seperti keterbatasan modal, sulitnya uji coba pasar, kurangnya tenaga kerja terampil, serta ketersediaan bahan baku yang terbatas. Oleh karena itu, peran pemerintah diperlukan dalam mempermudah akses kredit, memberikan pelatihan, memfasilitasi penyediaan bahan baku, serta mendorong kerja sama antara akademisi, bisnis, dan pemerintah melalui konsep Triple Helix.uW</p>
2	Firmansyah (2024).	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kecepatan inovasi memiliki pengaruh positif terhadap daya saing UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman. Selain itu, kecepatan inovasi juga berpengaruh positif terhadap <i>knowledge creation</i>, yang pada gilirannya berdampak positif terhadap peningkatan daya saing UMK. Lebih lanjut, <i>knowledge creation</i> berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara kecepatan inovasi dan daya saing UMK. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin cepat suatu UMK berinovasi, maka semakin tinggi daya saingnya, terutama ketika didukung oleh proses penciptaan dan transfer pengetahuan yang efektif dalam organisasi.</p>

3	Arya (2023)	Penelitian ini menunjukkan bahwa layanan inkubator bisnis, seperti konsultasi dan dukungan teknis, sangat penting dalam membantu UMKM mengatasi berbagai tantangan yang mereka hadapi. Layananyang diberikan berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan dan inovasi dalam usaha mikro, kecil, dan menengah.
---	-------------	--

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya sebagai dasar rumusan masalah penelitian yang bertujuan untuk memberikan pemahaman dalam pokok permasalahan dan tujuan penelitian. Hal ini dapat diuraikan masalah yang ada dan dapat disimpulkan suatu hipotesis penelitian sebagai berikut:

Seiring dengan semakin meningkatnya globalisasi, banyak bisnis telah terusmenerus dan fokus untuk meningkatkan pengetahuan yang dimilikinya, dan era sekarang ini banyak bisnis bersaing menggunakan "otak" bukan "otot" dengan latar belakang ini, pengetahuan dianggap sebagai faktor paling penting dalam membedakan perusahaan dari pesaingnya.

Inovasi merupakan hasil dari proses penciptaan pengetahuan (knowledge creation), yaitu proses dinamis di mana pengetahuan tacit dan eksplisit terus-menerus dikonversi dan diintegrasikan dalam lingkup organisasi, baik antar individu, antar departemen, maupun antar unit usaha (Nonaka & Toyama, 2003). Proses ini melahirkan pendekatan baru dalam menyelesaikan masalah, menciptakan produk baru, metode kerja baru, hingga pemikiran strategis yang berbeda, yang kesemuanya berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi, penurunan biaya, serta penyempurnaan produk dan layanan (Crescenzi dkk., 2016; Vanpoucke dkk., 2014).

Dalam lingkup Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kemampuan untuk

berinovasi menjadi sangat penting dalam menghadapi keterbatasan sumber daya serta fluktuasi pasar. Terlebih bagi UMKM yang tergabung dalam Inkubator Bisnis seperti SigerHub di Bandar Lampung, akses terhadap pembinaan, jaringan, serta fasilitas pendukung inovasi memberikan peluang strategis untuk meningkatkan daya saing mereka secara berkelanjutan.

H1: *Knowledge Creation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM yang tergabung di Inkubator Bisnis SigerHub Bandar Lampung.

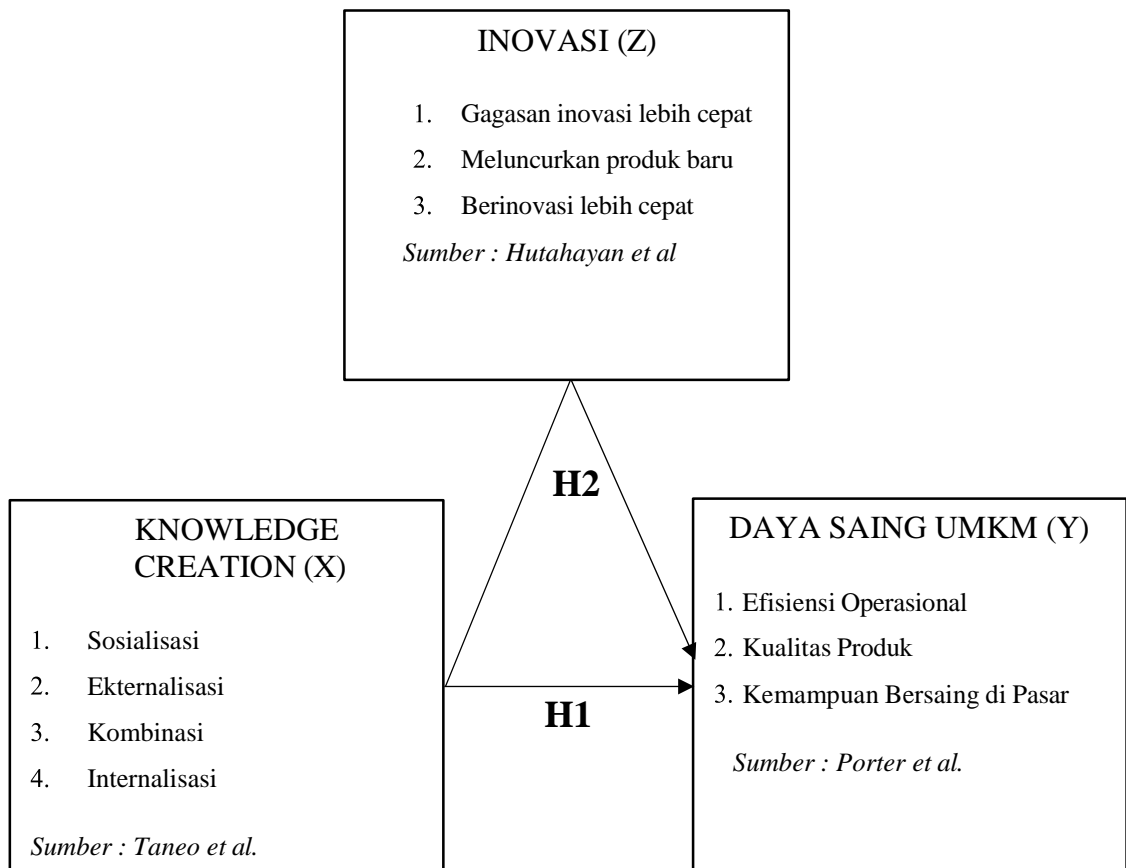
Seiring dengan meningkatnya arus globalisasi, pelaku usaha kini dihadapkan pada persaingan yang tidak lagi hanya mengandalkan kekuatan fisik atau sumber daya konvensional, tetapi lebih pada kemampuan dalam mengelola pengetahuan. Pengetahuan menjadi aset utama dalam menciptakan nilai tambah dan diferensiasi perusahaan dibanding pesaingnya. Dalam hal ini, proses penciptaan pengetahuan (*knowledge creation*) menjadi aspek strategis yang memungkinkan pelaku usaha untuk beradaptasi terhadap dinamika pasar, menyelesaikan keterbatasan sumber daya, dan meraih keunggulan kompetitif (Tallman dkk., 2004).

Menurut Nonaka dan Toyama (2003), *knowledge creation* adalah proses berkelanjutan yang melibatkan transfer dan integrasi pengetahuan, baik secara individu maupun kolektif, melalui konversi antara pengetahuan tacit dan eksplisit. Proses ini menghasilkan sumber pengetahuan baru berupa metode kerja, produk, konsep, maupun pendekatan yang inovatif (Crescenzi et al., 2016). Bruneel et al. (2018) menegaskan bahwa lingkungan inkubasi berperan signifikan dalam mendorong inovasi UMKM melalui pelatihan, pembinaan, serta akses jejaring strategis.

H2: Inovasi Memediasi Pengaruh *Knowledge Creation* Terhadap Daya Saing

2.4 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini berfokus pada satu variabel independen, yaitu *Knowledge Creation* (X), serta satu variabel dependen, yaitu Daya Saing UMKM (Y). Hubungan antara dua variabel ini digambarkan dalam kerangka pemikiran di bawah ini :



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data numerik yang dapat digunakan untuk menguji hipotesis dan memprediksi hubungan antar variabel. Pada penelitian ini, peneliti ingin mendapatkan informasi mengenai pengaruh variabel independen (*Knowledge Creation*) terhadap variabel dependen (Daya Saing) dan melakukan pengujian hipotesis pada penelitian. Berdasarkan rumusan masalah yang dibuat, penelitian ini menggunakan metode pendekatan asosiatif yang menjelaskan pengaruh sebab akibat dari pengaruh dua variabel atau lebih. Sehingga, penggunaan metode pendekatan asosiatif pada penelitian ini dikarenakan ingin menguji mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh antara dua atau lebih variabel yaitu, *Knowledge Creation* dengan variabel yang dipengaruhi yaitu Daya Saing. Penelitian ini merupakan studi kasus yang dilakukan di Inkubator Bisnis SigerHub Bandar Lampung.

3.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder yang digunakan untuk memperoleh informasi yang komprehensif, valid, dan relevan mengenai pengaruh inovasi terhadap daya saing UMKM yang tergabung di Inkubator Bisnis SigerHub Bandar Lampung. Kedua sumber data tersebut dijelaskan sebagai berikut:

3.2.1 Data Primer

Menurut Uma Sekaran (2017:130) Data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumbernya untuk tujuan tertentu, khususnya dalam konteks penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada pemilik atau pengelola UMKM yang tergabung dalam program Inkubator Bisnis Siger Hub.

Kuesioner ini dirancang secara khusus untuk mengukur variabel penelitian, yaitu *knowledge creation* sebagai variabel independen (X) dan daya saing UMKM sebagai variabel dependen (Y). Data yang dikumpulkan mencakup aspek-aspek *knowledge creation* seperti sosialisasi, eksternlisasi, kombinasi, dan internalisasi. Sementara itu, variabel daya saing UMKM mencakup efisiensi operasional, kualitas produk, dan kemampuan bersaing di pasar.

Proses pengumpulan data primer dilakukan dalam beberapa tahapan, antara lain:

1. Penyusunan Instrumen Kuesioner

Kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel yang telah ditentukan dan menggunakan skala Likert sebagai alat pengukuran. Skala Likert memungkinkan responden untuk memberikan penilaian pada setiap pernyataan yang diberikan, mulai dari skala 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

2. Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung (offline) maupun melalui platform online seperti Google Forms untuk memudahkan akses bagi responden. Peneliti memastikan bahwa semua responden memenuhi kriteria yang telah ditentukan agar data yang diperoleh relevan dengan tujuan penelitian.

3. Wawancara Pendukung

Selain kuesioner, wawancara pendukung dilakukan kepada beberapa responden untuk menggali informasi lebih mendalam terkait strategi *knowledge creation* yang diterapkan dan tantangan yang dihadapi dalam meningkatkan daya saing UMKM.

3.3.2 Data Sekunder

Menurut Uma Sekaran (2017:130) Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada sebelumnya. Peneliti melakukan pengumpulan data sekunder meliputi skripsi, jurnal/artikel, buku, internet, dan catatan lainnya. Peneliti dalam penelitian ini mengumpulkan data sekunder yang didapatkan berupa data-data mengenai pengaruh *Knowledge Creation*.

Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari:

1. Laporan Inkubator Bisnis SigerHub

Data terkait jumlah UMKM yang tergabung, program pembinaan *knowledge creation*, dan capaian hasil usaha UMKM akan digunakan sebagai bahan analisis tambahan.

2. Literatur Penelitian Sebelumnya

Penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *knowledge creation* dan daya saing UMKM digunakan sebagai referensi dan pembanding untuk memperkuat analisis serta memberikan konteks teoretis.

3. Dokumen Resmi dan Statistik

Informasi dari sumber resmi seperti laporan Kementerian Koperasi dan UKM, Badan Pusat Statistik (BPS), dan organisasi terkait digunakan untuk memahami tren *knowledge creation* dan daya saing UMKM di Indonesia secara umum.

4. Artikel dan Publikasi Ilmiah

Berbagai jurnal ilmiah nasional dan internasional yang membahas topik *knowledge creation*, UMKM, dan daya saing digunakan sebagai bahan untuk memperkaya tinjauan pustaka serta mendukung argumentasi penelitian.

Penggunaan data primer dan sekunder dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang utuh dan mendalam mengenai hubungan antara *knowledge creation* dan daya saing UMKM. Dengan mengombinasikan kedua sumber data ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan temuan yang lebih valid, reliabel, dan kredibel sehingga dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara, yaitu wawancara, observasi, dan studi literatur dan kepustakaan (Paleo, 2019). Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden yang relevan dengan topik penelitian, yaitu pemilik atau pengelola UMKM yang tergabung dalam program Inkubator Bisnis SigerHub.. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner secara online. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dimana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas (Sekaran, 2017:170). Menggunakan kuesioner karena cocok dengan penelitian ini yang memiliki jumlah responden cukup banyak. Responden telah diberikan pilihan untuk memilih salah satu dari 5 jawaban alternatif yang disediakan. Untuk mengetahui tingkat *Knowledge Creation* dan Daya Saing maka penulis menggunakan skala likert dibawah ini antara lain:

Tabel 3. 1 Skala Likert

No	Skala Likert	Singkatan	Diberi Nilai
1	Sangat Tidak Setuju	(STS)	1
2	Tidak Setuju	(TS)	2
3	Netral	(N)	3
4	Setuju	(S)	4
5	Sangat Setuju	(SS)	5

Observasi dilakukan dengan melihat langsung objek yang akan diteliti sehingga didapatkan gambaran yang jelas. Studi literatur dan kepustakaan dilakukan untuk mengenali objek secara teoritis terhadap masalah masalah yang berhubungan dengan penulisan, yaitu melalui studi pustaka dari berbagai jurnal ilmiah dan skripsi, artikel- artikel yang relevan, serta sumber sumber lain yang mendukung untuk memperoleh data sekunder.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Uma Sekaran, (2017:53), populasi merupakan keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal-hal yang menarik untuk diteliti yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi merupakan keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi fokus dalam suatu penelitian (Sari Sasi Gendro, 2022). Hair et al. (2020) mendefinisikan populasi sebagai seluruh elemen yang memiliki atribut atau karakteristik yang sama dan relevan dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tergabung dalam Inkubator Bisnis SigerHub Bandar Lampung. Populasi tersebut mencakup UMKM dari berbagai sektor usaha yang aktif mengikuti program inkubasi dan pendampingan yang diselenggarakan oleh SigerHub. Berdasarkan data terbaru, jumlah populasi UMKM yang terdaftar adalah sebanyak 190 unit usaha.

3.4.2 Sampel

Menurut Uma Sekaran, (2017:54) sampel adalah sebagian dari populasi, yang terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk diteliti dengan tujuan memperoleh informasi yang dapat menggambarkan karakteristik populasi secara keseluruhan (Jr dkk., 2020). Dalam penelitian ini, penentuan ukuran sampel mengacu pada pedoman Hair et al. (2019), yang menyatakan bahwa jumlah item pernyataan pada kuesioner dikalikan 5 sampai 10 responden ($n \times 5$ atau $n \times 10$). Penelitian ini menggunakan 3 variabel dengan total 13 item pernyataan. Berdasarkan rumus tersebut, jumlah responden yang dibutuhkan adalah:

- Minimal: $13 \times 5 = 65$ responden
- Maksimal (ideal) = 130 responden

Dengan demikian, dari total populasi sebesar 190 UMKM, penelitian ini menetapkan jumlah sampel maksimal 130 responden untuk memperoleh hasil analisis yang lebih representatif dan memenuhi standar metodologis.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *convenience sampling*. Teknik ini dipilih karena penarikan sampel dilakukan berdasarkan kemudahan akses dan kesediaan responden untuk mengisi kuesioner, tanpa menggunakan mekanisme pemilihan secara acak dan

tanpa menetapkan kriteria khusus. Dengan demikian, setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk berpartisipasi selama memenuhi syarat utama, yaitu bersedia memberikan data melalui kuesioner penelitian.

3.5 Variabel Penelitian

Uma Sekaran (2017) menyatakan bahwa "variabel penelitian adalah segala sesuatu yang dapat membedakan atau mengubah nilai. Dalam penelitian kuantitatif, variabel dibedakan menjadi variabel independen dan dependen, di mana variabel independen berfungsi sebagai penyebab dan variabel dependen sebagai akibat"

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel ini dipilih untuk menilai pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap hasil yang diukur dan dianalisis untuk mengidentifikasi pengaruh signifikan dan efek yang ditimbulkan.

3.5.1 Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas, atau variabel independen, adalah variabel yang dianggap sebagai penyebab atau faktor yang mempengaruhi variabel lain. Menurut Uma Sekaran (2017), variabel independen adalah variabel yang memiliki dampak positif atau negatif terhadap variabel terikat. Variabel ini diatur atau dimanipulasi oleh peneliti untuk melihat pengaruhnya terhadap variabel dependen dalam suatu penelitian. Variabel ini biasa diberi simbol (X). Mengacu pada penelitian (Taneo, 2019), variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Knowledge Creation*.

3.5.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi fokus utama penelitian ini, yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen menggambarkan hasil atau efek yang diukur untuk menilai dampak dari variabel bebas.

Menurut Uma Sekaran (2017), variabel dependen adalah variabel yang merupakan perhatian utama dari penelitian. Variabel ini adalah respons atau hasil yang ingin diukur dalam penelitian. Variabel ini biasanya ditandai dengan simbol (Y). Mengacu pada penelitian (Taneo, 2019), variabel dependen yang digunakan adalah Daya Saing.

3.5.3 Variabel Mediasi

Variabel mediasi memainkan peran penting dalam memahami pengaruh antara variabel independen dan dependen. Variabel ini berfungsi sebagai perantara yang menjelaskan bagaimana pengaruh dari variabel independen dapat memengaruhi variabel dependen. Menurut penelitian oleh Safa Malina et al., (2024), variabel mediasi dapat menjelaskan proses yang terjadi antara dua variabel lainnya. Variabel ini biasa ditandai dengan simbol (z). Mengacu pada penelitian Taneo, (2019), variabel mediasi yang digunakan adalah *Knowledge Creation*.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel diperlukan untuk menjelaskan bagaimana masing-masing variabel dalam penelitian ini diukur, sehingga memberikan panduan yang jelas dalam proses pengumpulan dan analisis data (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel utama, yaitu *knowledge creation* (variabel independen) dan niat kewirausahaan (variabel dependen).

Tabel 3. 2 Definsi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Inovasi (Z)	Inovasi dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kemampuan UMKM untuk menciptakan atau memperbaiki produk, proses, pemasaran, dan model bisnis guna meningkatkan daya saing. (Hutahayan et al, 2019)	1. Gagasan inovasi lebih cepat 2. Meluncurkan produk baru 3. Berinovasi lebih cepat	Likert
2	<i>Knowledge creation</i> (X)	Proses integrasi melalui interaksi organisasi dengan individu dan lingkungan untuk mengatasi kontradiksi wajah organisasi yang terbentuk. (Taneo et al, 2020)	1. Sosialisasi 2. Eksternalisasi 3. Kombinasi 4. Internalisasi	Likert
2	Daya Saing UMKM (Y)	Daya saing UMKM didefinisikan sebagai kemampuan UMKM untuk bersaing secara efektif di pasar. (Porter et al, 2008)	1. <i>Profitability</i> 2. Produktifitas	Likert

3.7 Teknik Pengujian Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Uma Sekaran (2017), Uji validitas adalah uji tentang seberapa baik suatu instrumen yang dikembangkan mengukur konsep tertentu yang ingin diukur. Jadi

dengan melakukan uji validitas maka bisa dilihat seberapa baik instrumen tersebut dapat mengukur suatu penelitian.

Penelitian ini menggunakan uji validitas Factor Loading. Factor loading akan mengukur seberapa besar kontribusi suatu indikator terhadap variabel laten yang diukur. Nilai faktor loading yang tinggi menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki pengaruh yang kuat dengan variabel laten yang dimaksud. Pengujian validitas dilakukan dengan kriteria bahwa nilai loading factor harus lebih dari 0,7 dan AVE harus lebih dari 0,5. Jika ada indikator dengan loading factor di bawah 0,4, maka indikator tersebut harus dihapus dari model.

3.7.2 Uji Realibitas

Menurut Sekaran & Bougie (2016), reliabilitas mengacu pada sejauh mana suatu instrumen dapat menghasilkan hasil yang konsisten ketika pengukuran dilakukan berulang kali dalam kondisi yang sama. Dengan kata lain, instrumen yang reliabel akan memberikan hasil yang serupa setiap kali digunakan untuk mengukur konsep yang sama. Uji reliabilitas adalah langkah penting dalam penelitian untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan memiliki konsistensi internal.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas diukur dengan menggunakan Coefficient Alpha (Cronbach Alfa) yaitu koefisien reliabilitas yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. Hasil uji reliabilitas dengan nilai Alfa Cronbach $> 0,7$ dikatakan reliabilitas (Hair et al., 2017).

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk memperlihatkan hubungan antara fenomena yang terdapat dalam penelitian, memberikan jawaban atas hipotesis yang diajukan, dan membuat kesimpulan serta saran yang berguna untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan software Smart PLS 3.0

3.9 Pengujian Hipotesis

Pada penelitian ini dilakukan dengan uji t, yaitu membandingkan nilai p-value dengan tingkat signifikansi (α) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Bila nilai p-value $>$ (lebih besar dari) t tabel dapat dipastikan variable independent (X) berpengaruh terhadap variable dependen (Y).
- b. Bila nilai p-value $<$ (kurang dari) t tabel maka variable independen (X) tidak berpengaruh terhadap variable dependen (Y).

3.10 Pengaruh Mediasi

Pengujian mediasi bertujuan untuk mendeteksi posisi variable intervening. Untuk menguji signifikansi efek tidak langsung, perlu dilakukan pengujian nilai t dari koefisien ab. Nilai t dibandingkan dengan nilai t-tabel, dan jika nilai t lebih tinggi daripada nilai t-tabel, dapat disimpulkan bahwa terdapat efek mediasi. Selanjutnya, sifat pengaruh antara variable diamati, apakah itu mediasi sempurna, mediasi parsial, atau tidak ada mediasi. Metode untuk memeriksa variabel mediasi adalah sebagai berikut:

- a. Menguji efek langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam model yang melibatkan variabel mediasi.
- b. Menguji efek langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen tanpa melibatkan variabel mediasi.
- c. Menguji efek variabel eksogen terhadap variabel mediasi.
- d. Menguji efek variabel mediasi terhadap variabel endogen. (Solimun dkk., 2012) pengaruh yang dihasilkannya. Menurut Baron (1986), mediasi dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:
 1. *Full Mediation* (Mediasi Penuh): Terjadi ketika terdapat pengaruh tidak langsung tetapi tidak ada pengaruh langsung antara variabel yang diuji.
 2. *Partial Mediation* (Mediasi Parsial): Terjadi ketika terdapat baik pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung, yang berarti bahwa mediasi disertai dengan pengaruh langsung pada variabel yang diuji.
 3. *No Mediation* (Tidak Ada Mediasi): Merupakan situasi di mana pengaruh tidak langsung tidak signifikan, yang menunjukkan bahwa variabel mediasi tidak memediasi hubungan antara variabel X dan Y.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Temuan penelitian ini memberikan wawasan tentang hubungan antara *Knowledge Creation*, Daya Saing, dan Inovasi UMKM yang tergabung di inkubator bisnis SigerHub Bandar Lampung. Berdasarkan analisis statistik dan pengujian hipotesis, penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan.

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Knowledge Creation* terhadap Daya Saing UMKM yang tergabung di inkubator bisnis SigerHub Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan, semakin tinggi *Knowledge Creation* akan berpengaruh kepada Daya Saing UMKM yang tergabung di inkubator bisnis SigerHub Bandar Lampung
2. Inovasi memediasi pengaruh antara *Knowledge Creation* dengan Daya Saing. Hal ini menunjukkan, semakin tinggi *Knowledge Creation* akan berpengaruh kepada Inovasi yang nantinya akan berpengaruh kepada Daya Saing UMKM yang tergabung di inkubator bisnis SigerHub Bandar Lampung.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian mengenai pengaruh knowledge creation terhadap daya saing UMKM yang tergabung di Inkubator Bisnis SigerHub Bandar Lampung dengan inovasi sebagai variabel mediasi, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak inkubator, pelaku UMKM, serta peneliti selanjutnya.

Saran untuk Inkubator Bisnis SigerHub dan UMKM Terkait

Berikut adalah beberapa saran strategis untuk Inkubator Bisnis SigerHub dan UMKM terkait:

1. Inkubator Bisnis SigerHub disarankan untuk memperkuat proses *knowledge creation* secara sistematis melalui program yang memungkinkan terciptanya, penyimpanan, dan penyebarluasan pengetahuan di antara pelaku usaha. Kegiatan seperti workshop tematik, diskusi berbagi pengalaman (*sharing session*), dokumentasi SOP usaha, hingga program mentoring perlu dijalankan secara rutin agar pengetahuan tacit pelaku UMKM dapat dikonversi menjadi pengetahuan eksplisit yang dapat dimanfaatkan bersama. Selain itu, SigerHub perlu memperkuat kapasitas inovasi UMKM, baik dalam bentuk inovasi produk, proses, maupun model bisnis. Upaya ini dapat dilakukan melalui pelatihan inovasi, pendampingan desain produk, penerapan *design thinking*, serta fasilitasi penggunaan teknologi yang relevan dengan karakteristik usaha.
2. Meningkatnya daya saing UMKM bergantung pada kekuatan jaringan bisnis. Oleh karena itu, Inkubator SigerHub disarankan untuk membangun kemitraan strategis dengan lembaga pendidikan, penyedia bahan baku, pelaku industri, serta pasar potensial agar UMKM memiliki akses lebih luas terhadap informasi, modal, dan peluang pasar. Selain itu, upaya penguatan daya saing juga perlu dibarengi dengan pembenahan aspek operasional. Pelatihan manajemen keuangan, efisiensi biaya, dan penggunaan aplikasi atau sistem manajemen usaha dapat membantu pengusaha kecil mengambil keputusan berbasis data dan meningkatkan profitabilitas usaha.
3. SigerHub juga perlu memperhatikan aspek keamanan digital dan perlindungan kekayaan intelektual. Di era digital, pelaku UMKM perlu memahami keamanan data pelanggan, perlindungan merek, dan strategi manajemen reputasi agar inovasi yang mereka hasilkan terlindungi dan tidak mudah ditiru oleh pihak lain. Sebagai bentuk dukungan, inkubator dapat memfasilitasi pendaftaran merek dagang atau izin usaha dasar. Terakhir, Inkubator SigerHub disarankan mengembangkan sistem monitoring serta evaluasi berkala untuk memantau perkembangan *knowledge creation*, tingkat

inovasi, dan indikator daya saing UMKM. Pengukuran berbasis data akan membantu inkubator mengambil kebijakan yang lebih tepat dan berkelanjutan.

Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Berikut adalah saran untuk penelitian mendatang berdasarkan hasil penelitian:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas model teoretis dengan memasukkan variabel mediasi atau moderasi lain seperti *brand image*, *customer satisfaction*, *absorptive capacity* atau *organizational learning*, sehingga dapat dijelaskan lebih dalam mekanisme bagaimana knowledge creation memengaruhi daya saing UMKM. Selain itu, penelitian mendatang dapat memperluas objek penelitian dengan melibatkan inkubator bisnis lain di wilayah yang berbeda atau sektor usaha yang beragam, guna memperoleh temuan yang lebih general dan memungkinkan adanya perbandingan lintas wilayah maupun sektor.
2. Peneliti juga menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk penggunaan desain longitudinal agar pengaruh knowledge creation dan inovasi terhadap daya saing dapat diamati dalam rentang waktu tertentu. Selain itu, pendekatan *mixed-methods* seperti wawancara mendalam atau studi kasus dapat memberikan gambaran praktis mengenai implementasi knowledge creation di level UMKM yang mungkin tidak tertangkap oleh data kuantitatif. Di samping itu, penelitian berikutnya dapat mempertimbangkan pengukuran tingkat inovasi secara terpisah, misalnya membedakan inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, atau inovasi organisasi, sehingga pengaruh masing-masing jenis inovasi terhadap daya saing dapat diketahui secara lebih spesifik.
3. Peneliti menyarankan penggunaan teknik analisis model struktural yang lebih kompleks seperti SEM atau analisis multilevel, terutama jika penelitian melibatkan berbagai kategori UMKM atau inkubator yang berbeda. Pendekatan ini akan membantu memperoleh gambaran hubungan antarvariabel yang lebih mendalam dan dapat memberikan landasan empiris yang lebih kuat bagi pengembangan kebijakan serta program inkubasi di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidhi, A. A., Dewi, C. K., Reza, F., Maulana, M., & ... (2025). Pelatihan Penerapan Harga Pokok Penjualan (HPP) Produk UMKM Pada Dusun Putak Loa Duri Ilir Kecamatan Loa Janan Kabupaten Kutai Karta Negara *Masyarakat dan Riset* <http://jerkin.org/index.php/jerkin/article/view/2297>
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human behavior and emerging technologies*. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Alavi, M., & Denford, J. S. (2012). Knowledge management: Process, practice, and web 2.0. ... *learning and knowledge management*. <https://doi.org/10.1002/9781119207245.ch6>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Provinsi Lampung Dalam Angka 2023*. <https://lampung.bps.go.id/>
- Bergek, A., & Norrman, C. (2008). Incubator best practice: A framework. *Technovation*, 28(1–2), 20–28.
- Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. *Industrial marketing management*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0019850101002036>
- Crescenzi, R., Nathan, M., & Rodríguez-Pose, A. (2016). Do inventors talk to strangers? On proximity and collaborative knowledge creation. Dalam *Research policy*. Elsevier. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S004873331500116X>
- Darroch, J. (2005). Knowledge management, innovation and firm performance. *Journal of Knowledge Management*, 9(3), 101–115.
- Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung. (2023). *Data perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Kota Bandar Lampung tahun 2023*. Bandar Lampung: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung.

- Faritsy, A. A., & Suseno, S. (2015). Peningkatan produktivitas perusahaan dengan menggunakan metode six sigma, lean dan kaizen. *J@ ti Undip: Jurnal Teknik Industri*.
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jgti/article/view/8605>
- Grant, R. M. (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17(Winter Special Issue), 109–122.
- Griffin, R. W., Hanna, A. A., Smith, T. A., & ... (2022). How bad leaders impact organizational effectiveness. ... *bad Leadership in*
https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=yfhgEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA224&dq=ricky+w+griffin+2022&ots=wGy__H1aFi&sig=zbcsA7MsFakjay6KsrSD7wXf_iQ
- Haryanto, A. T., & Dewi, S. N. (2015). PENGARUH INTENSITAS LITBANG DAN PENGELOLAAN PESAING TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN INOVASI BERBASIS GREEN PRODUCT Dalam ... *KEDAULATAN ENERGI MENUJU* e-journal.stie-aub.ac.id.
<https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/proceeding/article/view/216/204#page=84>
- Hurley, R. F., & Hult, G. T. M. (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination. *Journal of marketing*. <https://doi.org/10.1177/002224299806200303>
- Hutahayan, B., & Yufra, S. (2019). Innovation speed and competitiveness of food small and medium-sized enterprises (SME) in Malang, Indonesia: Creative destruction as the mediation. *Journal of Science and Technology Policy*
<https://doi.org/10.1108/jstpm-12-2017-0071>
- Jr, J. H., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of business research*.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296319307441>
- Karim, A., Syahrizal, M., & ... (2025). Penguatan Branding Produk Unggulan UMKM Desa Melalui Integrasi Artificial Intelligence dalam Digital Marketing. *ADA Bulletin of*
<https://journals.adaresearch.or.id/bulletincs/article/view/83>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025, 23 Agustus). *Jaga Resiliensi Ekonomi, Pemerintah Terus Perkuat Dukungan bagi UMKM*. Siaran Pers.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2025). *Data perkembangan UMKM Indonesia tahun 2025*. <https://www.kemenkopukm.go.id>
- Kogut, B., & Zander, U. (1992). *Knowledge of the firm and combinative capabilities*. Organization Science.
- Madrid- Guijarro, A., Garcia, D., & ... (2009). Barriers to innovation among

Spanish manufacturing SMEs. *Journal of small business*
<https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2009.00279.x>

- Mitchell, R., & Boyle, B. (2010). *Knowledge creation measurement methods*. Journal of Knowledge Management.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company*. Organization Science.
- Nonaka, I., Toyama, R., & Konno, N. (2000). *SECI, Ba and leadership*. Long Range Planning.
- Nonaka, I., Toyama, R., & Nagata, A. (2003). *A firm as a knowledge-creating entity*. Industrial and Corporate Change.
- Nonaka, I., & Toyama, R. (2003). The knowledge-creating theory revisited: Knowledge creation as a synthesizing process. *Knowledge management research & practice*. <https://doi.org/10.1057/palgrave.kmrp.8500001>
- OECD. (2018). *Enhancing the contributions of SMEs in a global and digitalised economy*. OECD Publishing.
- OECD. (2021). *The digital transformation of SMEs*. OECD Publishing.
- Purwaningsih, E., & Chikmawati, N. F. (2022). Peningkatan UMKM di masa pandemi melalui kebijakan perlindungan hukum dan pemberdayaan. *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*.
<https://jurnal.unigal.ac.id/galuhjustisi/article/view/6183>
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy*. Free Press.
- Porter, M. E. (2016). *Competitive advantage*. Free Press.
- Salsabila Lubis, P. S. I., & Rofila. (2025). *Peran UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat*. Muqaddimah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 3(1), 45–56.
- Schilling, R. L. (2017). *Measures, integrals and martingales*. books.google.com.
https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=sdAoDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=schilling+2017&ots=WxS4L2TzKB&sig=YrJTzBnLnDB_37wGOLofchAeiQw
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. books.google.com.
https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=Ko6bCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA19&dq=sekaran+bougie+2016&ots=2D3QU7JZjR&sig=73IVNJEjSHoTzWFDj8us1L_iVME

- Setyawati, N., Wibowo, A., & Santoso, B. (2016). Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Provinsi Lampung. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 17(2), 120–130.
- Sihombing, S. O., Ahadiat, A., & Hayati, N. (2022). *Knowledge creation and MSME creativity*. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.
- Solimun, Thoyib, A., Setiawan, M., & Solimun, S. (2012). The perception of Individual and Organizational Careers in increasing the Organizational Commitment. *Journal of Economics*
<http://journal.perbanas.ac.id/index.php/jebav/article/view/77>
- Susanto, A., Daryanto, A., & Sartono, B. (2017). Pemilihan strategi peningkatan daya saing industri tekstil dan produk tekstil dengan pendekatan ANP-BOCR. Dalam *Arena Tekstil*. researchgate.net.
https://www.researchgate.net/profile/Arief-Arief-Daryanto/publication/327726495_PEMILIHAN_STRATEGI_PENINGKATAN_DAYA_SAING_INDUSTRI_TKSTIL_DAN_PRODUK_TKSTIL_DENGAN_PENDEKATAN_ANP-BOCR/links/6186098461f0987720633463/PEMILIHAN-STRATEGI-PENINGKATAN-DAYA-SAING-INDUSTRI-TEKSTIL-DAN-PRODUK-TEKSTIL-DENGAN-PENDEKATAN-ANP-BOCR.pdf
- Taneo, S. Y. M., et al. (2019). *Knowledge creation and organizational performance*. *International Journal of Innovation Management*.
- Taneo, S.Y.M., Hadiwidjojo, D., Sunaryo, S. and Sudjatno, S. (2020), "Creative destruction and knowledge creation as the mediation between innovation speed and competitiveness of food small and medium-sized enterprises in Malang, Indonesia", *Competitiveness Review*, Vol. 30 No. 2, pp. 195-218.
<https://doi.org/10.1108/CR-12-2017-0090>
- Tallman, S., Jenkins, M., Henry, N., & ... (2004). Knowledge, clusters, and competitive advantage. *Academy of management*
<https://doi.org/10.5465/AMR.2004.12736089>
- Tambunan, T. T. H. (2021). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan*. books.google.com.
https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=tLteEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=tambunan+2019&ots=CiOUk1n_km&sig=FmYB2vjlwJKjK-C_b3uYRUSGNHk
- Tedjasuksmana, B. (2014). *Potret UMKM Indonesia menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN 2015*. repositori.ukwms.ac.id.
<https://repositori.ukwms.ac.id/id/eprint/982>
- Tidd, J., & Bessant, J. R. (2014). *Strategic innovation management*. books.google.com.
<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=V2QJEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=tidd+bessant+2014&ots=IuSB4etYRp&sig=rHQ5do7Tti90iVyT2HW8whf1Q9k>

- Vanpoucke, E., Vereecke, A., & Wetzels, M. (2014). Developing supplier integration capabilities for sustainable competitive advantage: A dynamic capabilities approach. *Journal of operations management*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0272696314000631>
- Wijoyo, H., & Ariyanto, A. (2021). Entrepreneurial Mindsets & Skill. Dalam *Insan Cendekia Mandiri*. ojs.stmikdharmapalariau.ac.id. <https://ojs.stmikdharmapalariau.ac.id/index.php/repository/article/view/605/354>
- World Bank. (2020). *Enhancing SME competitiveness in developing countries*. World Bank.